

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, NILAI ALAMI MANUSIA,  
HARGA DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN AIR MINUM ISI ULANG  
(Studi Kasus Di Kecamatan Selogiri)**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

**JORDHI SAPTA WIGUNA**  
**B 100 140 326**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2018**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, NILAI ALAMI MANUSIA,  
HARGA DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN AIR MINUM ISI ULANG**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**JORDHI SAPTA WIGUNA**

**B100140326**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat  
untuk diterima

Surakarta, 12 Juni 2018

Pembimbing Utama

(Nur Achmad, SE, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, M.M)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

Nama : **JORDHI SAPTA WIGUNA**  
NIRM : **B100140326**  
Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, NILAI ALAMI  
MANUSIA, HARGA DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM ISI ULANG (Studi  
Kasus Di Kecamatan Selogiri)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 12 Juni 2018

Yang membuat pernyataan



**JORDHI SAPTA WIGUNA**

## MOTTO

*Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.”*

*(Thomas Alva Edison)*

*“Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya;  
Hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan Batu, tetapi dibalas dengan buah.”*

*(Abu Bakar Sibli)*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibuku tercinta, terima kasih atas cinta, kasih sayang dan doanya yang selalu menyertaiku.
2. Keluarga besarku yang selalu memberikan kebahagiaan dalam keluarga ini.
3. Teruntuk teman-temanku semua terutama angkatanku, terima kasih selalu membantu, berbagi keceriaan, melewati suka dan duka selama kuliah, terimakasih banyak. “Tiada hari yang indah tanpa kalian” kebersamaan, bantuan, dan motivasinya selama ini.
4. Almamater.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur hanyalah untuk Allah SWT Tuhan semesta alam, yang karunia-Nya selalu dilimpahkan kepada kita semua. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syari'at Islam kepada umat manusia. Atas rahmat Allah, akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, NILAI ALAMI MANUSIA, HARGA DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM ISI ULANG DI KECAMATAN SELOGIRI**. Skripsi ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan retorat Universitas Muhamadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Nur Achmad, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih atas segala bantuan yang bapak berikan dalam membantu meluangkan waktu serta memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga bapak mendapat balasan yang berlimpah dari Allah SWT atas semua amal yang bapak berikan kepada penulis.
5. Ibu dan Bapakku tercinta (Tugimo dan Yatmi), terima kasih atas cinta, kasih sayang dan doanya yang selalu menyertaiku, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepadanya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Namun penulis sudah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Sehubungan dengan hal itu kiranya tidak ada kata yang pantas diucapkan kecuali ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, dengan iringan do'a semoga bantuan mereka menjadi amal sholeh dan mendapat ridho dari Allah SWT. Amin.

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.*

Surakarta, Juni 2018

Penulis

Jordhi sapta Wiguna

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK .....	xii
BAB I     PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi .....	6
BAB II     LANDASAN TEORI .....	7
A. Pemasaran .....	7
B. Keputusan Pembelian .....	9
C. Gaya Hidup .....	11
D. Nilai Alamiah Manusia .....	13



	E. Harga .....	14
	F. Kelompok Acuan .....	16
	G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	17
	H. Kerangka Pemikiran .....	19
	I. Hipotesis .....	19
BAB III	METODE PENELITIAN .....	24
	A. Jenis Penelitian .....	24
	B. Populasi Dan Sampel .....	24
	C. Data Dan Sumber Data .....	25
	D. Definisi Operasional Variabel .....	26
	E. Metode Pengumpulan Data.....	30
	F. Teknik Analisis Data .....	31
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	38
	A. Gambaran Umum Hasil Penelitian.....	38
	B. Deskripsi Responden .....	39
	C. Analisis Data .....	41
	D. Pembahasan .....	52
BAB V	PENUTUP .....	58
	A. Kesimpulan .....	58
	B. Keterbatasan Penelitian .....	59
	C. Saran-Saran .....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2	Karakteristik Usia Responden .....	40
Tabel 4.3	Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden .....	40
Tabel 4.4	Rangkuman uji validitas instrumen untuk variabel Gaya hidup ( $X_1$ ) .....	42
Tabel 4.5	Rangkuman Uji Validitas Instrumen untuk Variabel Nilai Alamiah Manusia ( $X_2$ ) .....	42
Tabel 4.6	Rangkuman Uji Validitas Instrumen Variabel Harga ( $X_3$ ) .....	43
Tabel 4.7	Rangkuman Uji validitas Instrumen Variabel Kelompok Acuan ( $X_4$ ).....	43
Tabel 4.8	Rangkuman Uji validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Normalitas .....	46
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	47
Tabel 4.13	Rekapitulasi Regresi Berganda .....	49

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	22

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, nilai alami manusia, harga dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian air minum isi ulang di kecamatan selogiri. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh dari keempat variabel independen terhadap variabel dependen. Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience-purposive sampling*. Teknik pengumpulan data penelitian melalui kuesioner dengan skala likert. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan variabel pengaruh gaya hidup, nilai alami manusia, harga dan kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada koefisien determinan ( $R^2$ ) diperoleh hasil 0,904 artinya variabel k gaya hidup ( $X_1$ ), nilai alami manusia ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ) dan kelompok acuan ( $X_4$ ) mampu menerangkan variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,904 atau 90,4%, dan sisanya dapat dijelaskan variabel lain yang tidak terdapat didalam model.

**Kata Kunci:** pengaruh gaya hidup, nilai alami manusia, harga dan kelompok acuan dan keputusan pembelian.

## ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of lifestyle, human nature value, price and reference group to decision of purchasing refill drinking water in selogiri sub-district. This study also aims to determine jointly the influence of the three independent variables to the dependent variable. The type of research is quantitative research, with a sample of 100 respondents. Sampling using convinience-purposive sampling technique. Techniques of collecting research data through questionnaires with Likert scale. Data analysis methods used were validity test, reliability test, classical assumption test, and multiple linier regression analysis test. The results show that both partially and simultaneously variable lifestyle influences, human natural values, price and reference groups have a positive and significant influence on purchasing decisions. In the determinant coefficient ( $R^2$ ), the result is 0,904 meaning that the lifestyle influences variable ( $X_1$ ), human nature ( $X_2$ ), human nature ( $X_3$ ) and human nature ( $X_4$ ) are able to explain customer satisfaction variable ( $Y$ ) equal to 0,904 or 90,4%, and the rest can be explained other variable which is not in the model.

**Keywords:** lifestyle influences, human nature, price and reference groups and purchasing decisions.